



Automotive Dealer Day: intervista a Roberto Scarabel – AsConAuto – News #finsubito #adessonews

#adessonews News_1



Di#adessonews Nov 7, 2023



Tra i protagonisti dell'Automotive Dealer Day tenutosi a Verona c'è **AsConAuto** e il suo **Presidente Roberto Scarabel**, oltre che un grande professionista è un simpatico divulgatore di tutta l'attività che l'associazione svolge tra i concessionari associati, oggi ben 1024, in 26 distretti. Con lui facciamo un viaggio in lungo e in largo nel mondo dei ricambi, della logistica della distribuzione e della sicurezza stradale.

D: Cos'è AsConAuto e cosa rappresenta in Italia e in Europa?

R: AsConAuto è un'associazione di consorzi di concessionari auto nata 22 anni fa sul territorio nazionale e si divide in associazione e parte logistica. Oggi è formata da 26 distretti/consorzi, 1024 concessionari soci e copre circa il 90% del mercato italiano; possiede circa 2000 magazzini per la parte consortile che servono 24.000 autoriparatori ogni giorno, ufficiali e indipendenti. Ogni giorno facciamo due consegne con ricambi assolutamente originali, visto che l'assioma di base di AsConAuto è quella di distribuire e promuovere la sicurezza stradale dell'auto e siamo certi che con i ricambi originali si



mantiene la progettualità del bene. Posso dirti che ogni giorno facciamo **due volte il giro del mondo** con i nostri furgoni, grazie a una squadra di circa **500 dipendenti**. Abbiamo tanti prodotti importanti per la filiera gestiti da un sistema CRM, "Integra" che si abbina benissimo con il CRM dei concessionari per ordini e controlli vari.

D: Quindi parliamo di una flotta importantissima...

R: La logistica pura vede un parco furgoni di **450 totali** che, oggettivamente sono di più rispetto ai dipendenti, ma dobbiamo sempre contare con un servizio ottimale, quindi abbiamo deciso di investire per poter avere 30/40 mezzi di scorta in caso di guasto degli altri mezzi. Sotto il profilo economico quest'anno raggiungeremo il miliardo di euro di giro d'affari che era anche l'obiettivo che ci eravamo ripromessi all'inizio del mio triennio come Presidente insieme al nuovo CDA, visto che l'anno scorso abbiamo già avuto un giro d'affari di 850 milioni di euro con una crescita di circa il 16% rispetto al 2021. Questo primo quadrimestre abbiamo avuto un'ulteriore crescita del 20% rispetto al primo quadrimestre del 2022 e questo ci rende fiduciosi per il raggiungimento del nostro obiettivo. La "rete incassi" è un altro servizio ed un argomento molto forte, creando una tutela dei soci concessionari che ci permette di monitorare l'operato dei clienti (circa 23.000 totali) con risultati eccezionali: abbiamo un insoluto nazionale vicino allo zero, capirete che con questi dati le case auto e gli associati sono molto interessati.

D: A livello di eco sostenibilità, quali sono le policy aziendali?

R: I nostri mezzi di trasporto vengono rinnovati e sostituiti **ogni 30 mesi**. Vogliamo che i nostri dipendenti siano in sicurezza e soprattutto dobbiamo dimostrare di essere attenti a questo argomento caro all'associazione, considerato che siamo un'importante società di logistica in Italia essendo al primo/secondo posto come possessori di mezzi di proprietà per la logistica.

D: Obiettivi da adesso da qui in avanti in Italia e all'estero?

All'estero ancora non abbiamo obiettivi prefissati, in quanto il primo focus è quello di coprire bene il territorio italiano, del quale ci manca soltanto il Trentino Alto Adige, con il quale stiamo facendo trattative per chiudere il cerchio. L'Europa è sicuramente un mercato diverso rispetto all'Italia, visto che il fenomeno dell'autoriparazione indipendente in paesi come la Germania non esiste (sono legati a gruppi come Bosch Service per esempio) ed è quindi un mercato con un sistema di rifornimento diverso; noi siamo il più grande gruppo per queste caratteristiche e in Europa non c'è un modello di business come il nostro, questo ci rende appetibili fuori dalle nostre mura.

D: Com'è la partnership con l'Automotive Dealer Day?

E' una partnership molto importante che parte da lontano, partecipiamo a questo evento dagli albori, essendo due marchi affermati, **Quintegia** per la parte di studio e analisi mercato dei quali è un riferimento nazionale per il settore dell'Automotive, mentre noi siamo un modello di business affermato. Stiamo facendo accordi con le principali case auto che si stanno interessando a al nostro modello di business, che sicuramente si deve adattare ai cambiamenti attuali del prodotto, però vediamo che alcune case stanno cominciando ad immaginare un sistema distributivo differente, per esempio Stellantis con l'hub per i brand ex FCA, o come Ford che sta pensando a un sistema distributivo attraverso l'agenzia. Quindi mi sento di affermare che forse il mondo dell'autoriparazione accelera la mutazione prima del nuovo che arriva. Aggiungo inoltre che insieme a Quintegia stiamo organizzando una cosa importante **ServiceDay 2023**. Attività ideata da AsConAuto e realizzata da loro (per via della loro expertise nel settore degli eventi e delle analisi) che rivede luce dopo le restrizioni Covid, e per la quale le case auto si sono rivelate molto interessate. E quest'anno crediamo che case auto e concessionari saranno il fulcro e il motore della manifestazione visto che il contratto d'agenzia in forma mista verrà implementato in Italia, perché qualche Casa ha detto che non la farà. Si



parla di auto ibride? E quindi sarà un sistema distributivo ibrido anche quello, di conseguenza il terreno di gioco diventerà il Service e gli operatori del settore non possono permettersi di non capire come andrà.

D: Come si arriva a essere Presidente di AsConAuto?

R: Sono orgoglioso di essere diventato Presidente e mi sento di dire che ci è voluto tanto sacrificio. Ho avuto anche un colpo di fortuna, visto che quando ero arrivato a ricoprire la posizione di Vice Presidente, il Presidente Guidi mi ha sempre coinvolto con i nostri stakeholders e, quando è successo la mancata ricandidatura di Guidi, risultavo essere il professionista più adatto a prendere quella posizione nella continuità delle attività fino a quel momento sviluppate, apportando anche delle novità interessanti. I consiglieri (12) sono anche i presidenti dei vari distretti che poi fanno parte del direttivo nazionale e qui mi collego al fatto che prima di entrare nel Direttivo Nazionale bisognava essere eletti nel consorzio provinciale di appartenenza e io sono Presidente, da 3 mandati per quello di Padova. Infine, l'appartenenza per le singole aziende è nata in quanto, per il gruppo VW di cui sono orgoglioso rappresentante sul mio territorio, ha fortemente creduto in **AsConAuto** in quanto ha capito che la distribuzione dei ricambi originali è di fondamentale importanza, soprattutto il fatto di presidiare un business del quale non si conosce bene il volume complessivo; parlandone poi con Quintegia, anche loro ci confermavano che quello del ricambio è un mercato strano, essendo un bene "mobile" non registrato, non si capisce quanto sia il reale volume, quindi dobbiamo continuamente avere dei dati per poter capire dove stiamo andando e come.

D: Agenzia-Concessionari: cosa ne pensi?

R: Penso che se c'era un momento storico nel quale poteva succedere questo cambiamento, questo è il più adatto: le crisi di mercato fanno sì che gli imprenditori diminuiscano e rimangano soltanto quelli più strutturati e solidi economicamente e finanziariamente; con queste premesse credo che le case possano permettersi di attivare questo nuovo modello di business per via di questa affidabilità finanziaria degli imprenditori capaci di affrontare modi nuovi di vendere automobili (noleggio/leasing etc). Il business cambia dal punto di vista "estetico", essendo un depotenziamento della figura imprenditoriale perché un conto è fatturare 200 milioni di euro, un altro ricevere 30 milioni di euro come provvigioni, non è più l'azienda di prima. Per il cliente cambierà poco e ci continueranno a chiamare concessionari per ancora molti anni, ma quello che sicuramente cambierà saranno le figure professionali interne alle nostre aziende: per diventare dei "consulenti di mobilità", il venditore tradizionale a cui piace il "fighting" (con permute usate, sconti) non troverà più in questo metodo di vendita il suo terreno di gioco e dovremo cambiare molto. Posso dire che è sfidante e siamo pronti a gestire il cambiamento, visto che cambierà per tutti. Aggiungo anche a latere che, per noi imprenditori, sicuramente il capitale investito sarà nettamente inferiore e i concessionari si troveranno in una posizione favorevole in termini di liquidità; gli imprenditori lungimiranti troveranno sicuramente altri business o reinvestiranno nel proprio business con altre forme e servizi.

